

Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen

December 2025

Konkurrensverket december 2025
Uttredare: Cecilia Maxe Aglinder

Innehåll

1	Sammanfattning	5
2	Konkurrensverkets uppdrag	7
2.1	Uppdraget	7
2.2	Genomförande	7
3	Systembolaget	9
3.1	Övergripande sortimentsindelning	9
3.1.1	Synpunkt till Systembolaget	11
3.2	Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.	12
3.2.1	Lokalt Efterfrågat Sortiment	12
3.2.2	Butikens val	13
3.2.3	Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS).....	14
3.2.4	Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.....	16
3.3	Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment	18
3.3.1	Inköp till det fasta sortimentet	18
3.3.2	Inköp till beställningssortimentet	18
3.3.3	Verktyg för att upptäcka stödköp	19
3.3.4	Ändringar i inköpsvillkoren	20
3.3.5	Försäljningsstopp för ryska artiklar.....	21
3.4	Butiksmodellen	21
3.5	Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster.....	22
3.5.1	Hemleveranser.....	22
3.5.2	Privatimportservice.....	22
3.5.3	Beställningstjänster	22
3.6	Prissättning.....	23
3.7	Affärssystem	24
3.8	Hållbarhetsarbete	24
3.8.1	Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030	24
3.8.2	Klimatpåverkan i leverantörskedjan	24
3.8.3	Krav på användning av förnybara drivmedel	25
3.8.4	Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor	27
3.8.5	Produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val").....	28
3.8.6	Mänskliga rättigheter.....	29
3.8.7	Systembolagets Hållbarhetsplattform.....	31

4	Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.	32
4.1	Klagomål till Konkurrensverket.....	32
4.1.1	Bristande transparens	32
4.1.2	Utvärdering av TSLS-artiklar	32
4.1.3	Offertförfrågan om rosévin	33
4.1.4	Hantering av differentierad alkoholskatt	33
4.1.5	Krav på rapportering av klimatdata.....	34
4.1.6	Användning av GTIN-nummer	34
4.1.7	Brister i varuförsörjning	35
4.1.8	Foton på artiklar i beställningssortimentet.....	35
4.2	Alkoholsortimentsnämnden	36
5	Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.....	37
5.1	Gårdsförsäljning	37
5.2	Privat e-handel.....	38
5.3	Sänkt alkoholskatt – öl från småbryggerier.....	39
5.4	Sänkt alkoholskatt – alkoholvaror från oberoende småproducenter.....	41
5.5	Avskaffande av krav på matservering och eget kök vid servering av alkohol.....	41
6	Alkoholkonsumtionen i Sverige	43
6.1	CAN:s rapportering	43
6.1.1	Den totala alkoholkonsumtionen.....	43
6.1.2	E-handeln med alkoholdrycker.....	44

1 Sammanfattning

Inom ramen för sitt hållbarhetsarbete har Systembolaget under 2023 och 2024 haft dialoger med leverantörer, branschorganisationer, distributörer och samdistributörer i syfte att identifiera och prioritera möjliga åtgärder som effektivt minskar klimatavtrycket från transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer. I februari 2025 publicerade Systembolaget ändringar i sina inköpsvillkor vilka innebär krav på användning av förnybara drivmedel vid transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer. Kravet ska gälla från och med den 31 december 2026. I dialog med Sveriges Oberoende Bryggerier har Systembolaget lagt fram ett förslag om måldatum och rapporteringsvillkor för leverantörer med egen distribution. Förslaget innebär att kravet på användning av förnybara drivmedel ska vara uppfyllt senast den 1 januari 2030.

Systembolaget införde i början av 2025 ett krav i inköpsvillkoren om rapportering av klimatdata som skulle börja gälla den 1 maj 2025. Syftet med insamlingen av sådan data är att få tillgång till ett mer precist underlag för beräkning av varje enskild artikels klimatavtryck. Efter diskussioner med branschorganisationer under början av 2025 om utmaningarna med rapporteringskravet, beslutade Systembolaget emellertid att inte införa det. Rapportering av klimatdata kommer istället att ske på frivillig basis, och utvärderas av Systembolaget i dialog med branschföreningarna. Med anledning av Systembolagets införande av rapporteringskravet inkom ett klagomål till Konkurrensverket, som inledde ett ärende mot Systembolaget inom ramen för lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter. Eftersom kravet drogs tillbaka innan det trädde i kraft skrev Konkurrensverket emellertid av ärendet.

Den 1 december 2025 trädde vissa tidigare aviserade ändringar i Systembolagets inköpsvillkor i kraft. Dessa avser bland annat renodling och förtydliganden av reklamationskoder samt en ny prisberäkningsfunktion i Leverantörsportalen. Systembolaget har även publicerat inköpsvillkorsändringar som träder i kraft den 1 mars 2026. Dessa rör bland annat förtydliganden av krav på märkning och förpackningshantering, och förtydliganden av bestämmelserna om prisjustering vid förändrad alkoholskatt.

Systembolagets beslut 2022 om att stoppa försäljningen av ryska artiklar i befintligt sortiment och att ställa in planerade lanseringar av ryska artiklar, med anledning av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina, gäller alltså. Konkurrensverket har inte mottagit några klagomål avseende detta sedan den senaste rapporten publicerades.

Gårdsförsäljning av alkoholdrycker är tillåten från och med den 1 juni 2025. En rad begränsningar finns, som lagstiftaren menar är nödvändiga för att detaljhandelsmonopolet ska kunna upprätthållas. Begränsningarna gäller bland annat pris-

sättning och hur mycket alkohol dryck en konsument får inhandla vid ett köptillfälle. Enligt statistik från Folkhälsomyndigheten har 132 aktörer hittills beviljats tillstånd att bedriva gårdsförsäljning. Skåne är det landskap som har flest aktörer inom gårdsförsäljning, totalt 27 stycken. Storstadskommunerna Malmö och Göteborg har en gårdsförsäljare vardera medan det i Stockholms kommun finns tre stycken. Reaktionerna bland svenska vinproducenter, ölbryggerier och cidertillverkare på tillåtandet av gårdsförsäljning har enligt uppgifter i media varit blandade. Vissa är överlag positiva och uppskattar att kunna möta sina kunder och dela med sig av sin passion för hantverket. Andra anser att kraven för att få tillstånd är alltför omfattande, att regelverket är krångligt och kostnaderna för höga, vilket sammantaget gör att det kan vara svårt att få lönsamhet i gårdsförsäljningsverksamheten.

Den 1 juli 2025 sänktes alkoholskatten för öl från små oberoende bryggerier. För att omfattas av skattenedsättningen måste producenten uppfylla en rad kriterier. Bland annat måste producenten vara juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra ölproducenter, och tillverkningen av drycken får inte ske på licens. Lokalerna som producenten använder måste vara fysiskt skilda från andra ölproducenter. Det finns även begränsningar avseende årsproduktionen.

I en promemoria från Finansdepartementet finns förslag om nedsatt alkoholskatt för andra alkoholvaror än öl, från oberoende småproducenter. För att omfattas av skattenedsättning måste producenter, enligt förslaget, uppfylla en rad kriterier avseende exempelvis juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra producenter av samma kategori alkoholvaror. Konkurrensverket har i yttrande över promemorian framfört att verket inte har några invändningar mot förslagen.

2 Konkurrensverkets uppdrag

2.1 Uppdraget

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker – Systembolaget Aktiebolag (hädanefter Systembolaget). För att Sverige skulle få behålla monopolet ansåg Europeiska kommissionen (hädanefter kommissionen) att alla effekter av monopolet som är diskriminerande mellan nationella (svenska) och importerade varor måste avlägsnas. Vid protokollförda samtal mellan företrädare för den svenska regeringen och berörda tjänstegrenar inom kommissionen angavs vissa förutsättningar för att detaljhandelsmonopolet skulle anses fungera på ett icke-diskriminerande sätt. Av mötesprotokollet framgår att med icke-diskriminerande avses följande:

- Inköps- och försäljningsvillkor för alkoholdrycker ska vara objektiva.
- Villkoren ska tillämpas likvärdigt på medborgare och produkter i gemenskapen.
- Villkoren ska vara transparenta.

I enlighet med överenskommelsen vid Sveriges anslutning till EU ska Konkurrensverket övervaka detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Uppdraget finns även inskrivet i regeringens instruktion till Konkurrensverket.¹ Konkurrensverket har utfört uppdraget sedan 1995.

2.2 Genomförande

Konkurrensverkets uppdrag innebär att olika faktorer i Systembolagets verksamhet som kan ha betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolets nuvarande och fortsatta icke-diskriminerande funktionssätt redovisas. I uppdraget ingår också att redogöra för åtgärder som har vidtagits eller avses att vidtas av Systembolaget och andra aktörer på marknaden och som kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet. Konkurrensverket redogör således i sina rapporter till kommissionen för Systembolagets sortimentsmodell och finansieringsmodell samt förändringar som Systembolaget gör i dessa. Rapporterna innehåller även information om andra åtgärder som vidtas av Systembolaget vilka kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet.

¹ 4 § förordningen (2007:1117) med instruktion för Konkurrensverket. Sveriges överenskommelse med EU-kommissionen framgår av prop. 1993/94:136 bilaga 3.

Konkurrensverket rapporterar också om Alkoholsortimentsnämndens ärenden och om eventuella klagomål relaterade till Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket. Vidare redogör Konkurrensverket för utredningar på alkoholområdet och om ändringar i den lagstiftning som rör alkoholdrycker samt om relevanta rättsfall. Rapporterna innehåller även statistik över försäljningen och konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige. Statistik tas fram av Centralförbundet för Alkohol- och Narkotikaupplysning (CAN)² samt av Systembolaget.

Den nu aktuella rapporten inleds med beskrivningar av Systembolagets sortimentsmodell och inköpsprocesser samt statistik rörande försäljning. Rapporten innehåller vidare en uppdaterad beskrivning av Systembolagets hållbarhetsarbete. Därutöver redogörs för klagomål på Systembolaget som Konkurrensverket mottagit, samt ärenden som Alkoholsortimentsnämnden behandlat, under perioden januari–september 2025. Några tidiga reaktioner på effekterna av införandet av gårdsförsäljning beskrivs. Avslutningsvis presenteras statistik från CAN över alkoholkonsumtionen under 2024.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget, CAN och Alkoholsortimentsnämnden. Berörda branschorganisationer för leverantörer till Systembolaget har erbjudits möjlighet att komma med synpunkter på Systembolagets funktionssätt eller ta upp andra frågor av intresse i detta sammanhang.

Systembolaget har beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapportens färdigställande.

² År 2013 fick CAN i uppdrag av Socialdepartementet att ansvara för de s.k. Monitormätningarna som pågått kontinuerligt sedan 2000 och som tidigare sköttes av SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drog-forskning vid Stockholms universitet). IPSOS har fått i uppdrag att administrera datainsamlingen, medan intervjuerna genomförs av Norstat i Linköping.

3 Systembolaget

3.1 Övergripande sortimentsindelning

Systembolagets sortiment består på ett övergripande plan av ett *fast sortiment*, ett *beställningssortiment* och ett *tillfälligt sortiment*.

Det *fasta sortimentet* består av cirka 2 700 artiklar och stod för cirka 91,3 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2025. Systembolagsbutikernas storlek och kundernas efterfrågan avgör vilka artiklar som finns i olika butiker. Den garanterade listningstiden för nyheter i det fasta sortimentet är nio månader (tolv månader för ekologiska och/eller etiska artiklar). Utvärdering (poängberäkning och rankning) av artiklar i det fasta sortimentet sker två gånger per år, på basis av försäljningen under mars–augusti respektive september–februari. Artiklarna utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett, och för att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje på butik lagerförd artikels bidrag. Syftet är att skapa en rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Under januari–september 2025 ströks 22 artiklar från det fasta sortimentet. Orsaken var att artiklarna inte klarade sig kvar i sortimentet p.g.a. för låg försäljning under poängberäkningsperioden. Leverantörerna valde att inte låta artiklarna övergå till beställningssortimentet, utan slutanmälde dem i stället. Två av dem återkom senare i Tillfälligt Sortiment Volym (TSV).

Beställningssortimentet, som stod för cirka 3,7 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2025, utgörs av nära 16 700 artiklar som Systembolaget säljer men som Systembolaget inte provar, kvalitetssäkrar eller beskriver. Dessa artiklar finns vanligtvis inte i Systembolagsbutikerna men går att beställa där eller på Systembolagets webbplats.³ Under januari–september 2025 listades 3 216 nya artiklar i beställningssortimentet. Vid listning av en artikel i beställningssortimentet ska leverantören välja om denne önskar att artikeln ska delta i poängberäkning och rankning för eventuellt sortimentsbyte till det fasta sortimentet. En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbart plats i butik. Under januari–september 2025 kvalificerade sig 243 artiklar från beställningssortimentet till det fasta sortimentet.

Artiklar i beställningssortimentet kan även komma att lagerföras på enskilda Systembolagsbutiker som en del av *Lokalt Efterfrågat Sortiment* eller kvalificera sig för sortimentsbyte till *Tillfälligt Sortiment Säsong* (se avsnitt 3.3 nedan). Det finns också möjlighet för enskilda Systembolagsbutiker att lagerföra artiklar ur beställningssortimentet som *Butikens Val* (se avsnitt 3.3 nedan).

³ Vissa leverantörer sätter begränsningar när det gäller till vilka län de levererar. Den 31 mars 2025 fanns 797 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i sammanlagt 449 Systembolagsbutiker.

En artikel kan avlistas från beställningssortimentet i tre fall:

- på leverantörens initiativ, förutsatt att leverantörsbyte av den aktuella artikeln inte skett eller är pågående,
- då Systembolaget köper in en artikel som är listad i beställningssortimentet till det fasta sortimentet eller det tillfälliga sortimentet (artikeln får inte finnas i två sortiment), eller
- om det föreligger leveranshinder eller dröjsmål som inte är övergående. Om dröjsmålet inte är väsentligt, förutsätter avlistning att artikeln varit slutanmäld i minst tre månader.

Artiklar i beställningssortimentet, vars leverantörer valt begränsningar i distributionen, är inte föremål för poängberäkning och rankning. Sådana artiklar kan alltså inte kvalificera sig till det fasta sortimentet.

I det *tillfälliga sortimentet* finns artiklar som lanseras under en begränsad period eller i en begränsad volym. Systembolaget köper in, kvalitetssäkrar och beskriver dessa artiklar, och säljer dem i begränsat antal eller under begränsad tid. I snitt har Systembolaget under perioden januari–september 2025 lanserat 397 artiklar per månad i det tillfälliga sortimentet. I denna siffra ingår samtliga kategorier av tillfälligt sortiment (webblanseringar, små partier, lokalt och småskaligt och säsong).⁴ Det finns cirka 4 100 artiklar i det tillfälliga sortimentet. Av Systembolagets totala försäljning januari–september 2025 stod det tillfälliga sortimentet för cirka 4,4 procent.

Den 30 september 2025 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

Sortiment	Antal	Andel
Fast sortiment	2 687	11,5%
Tillfälligt sortiment	4 062	17,3%
Beställningssortiment	16 666	71,2%
Summa	23 415	100%

Källa: Systembolaget.

Under januari–september 2025 uppgick Systembolagets totala försäljning till cirka 35,6 miljarder kronor (inklusive mervärdesskatt). Försäljningen fördelade sig på olika sortiment enligt följande.⁵

⁴ Många artiklar i det tillfälliga sortimentet återlanseras som "nya" artiklar trots att de tidigare lanserats med annan årgång. I snittet ingår därför (i) artiklar som återlanserats, (ii) artiklar som lanserats som nya artiklar även om de funnits tidigare, samt (iii) artiklar som är helt nya.

⁵ Att andelssiffrorna inte summerar till exakt 100 procent beror på avrundningar.

Sortiment	Försäljning (tkr)	Andel
Fast sortiment	32 505 005	91,3%
Tillfälligt sortiment	1 559 471	4,4%
varav TSLS	345 628	1,0%
Beställningssortiment	1 325 536	3,7%
Privatimportservice	63 504	0,2%
Torra varor	162 443	0,5%
Summa	35 615 958	100%

Källa: Systembolaget.

Systembolagets totala försäljning under januari–september 2025 fördelade sig på olika produktkategorier enligt följande.

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel
Brännvin	1 529 469	4,3%
Övrig sprit	5 571 271	15,6%
Starkvin	202 890	0,6%
Vin exkl. starkvin	17 376 596	48,8%
Starköl	9 212 643	25,9%
Cider, blanddryck	1 334 476	3,7%
Alkoholfritt	226 171	0,6%
Torra varor/ospec.	162 443	0,5%
Summa	35 615 958	100%

Källa: Systembolaget.

Alla leverantörer får en veckovis preliminär ranking via *Leverantörsportalen* där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment.⁶ Leverantörerna kan endast se sina egna artiklars namn i *Leverantörsportalen*, för övriga artiklar visas bara poäng. Systembolaget erbjuder dock intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende som tidigast föregående försäljningsmånad. Den historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

3.1.1 Synpunkt till Systembolaget

Sedan Konkurrensverkets förra rapportering till kommissionen har Systembolaget mottagit ett förslag om att justera utvärderingsperioderna för det fasta sortimentet genom att exkludera de två första respektive de två sista veckorna från rankingberäkningen. Bakgrunden är att det vid sortimentsskiften kan saknas varor i vissa butiker, vilket i enstaka fall skulle kunna leda till ett mindre rättvisande utvärderingsresultat.

⁶ Leverantörsportalen är ett forum för Systembolagets leverantörer, där de kan få information om bl.a. ranking av egna och andras artiklar.

Systembolaget har svarat att analyser visar att rankingresultaten endast i sällsynta fall har påverkats av förändringar vid sortimentsskiften, men ser ändå fördelar med den föreslagna justeringen. För att säkerställa kvalitet och tillförlitlighet i utvärderingen krävs dock anpassningar i nuvarande systemstöd. En eventuell förändring bedöms därför kunna genomföras tidigast hösten 2026.

3.2 Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.

3.2.1 Lokalt Efterfrågat Sortiment

Utöver de artiklar i det fasta sortimentet och det tillfälliga sortimentet som varje butik lagerför och som utgör den centralt tilldelade sortimentsmixen, finns även för enskild butik anpassat *Lokalt Efterfrågat Sortiment*. Detta kan bestå av artiklar ur det fasta sortimentet, det tillfälliga sortimentet och/eller beställningssortimentet. Förutsatt att Systembolaget kan konstatera att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på en artikel i det fasta eller det tillfälliga sortimentet kan artikeln lagerföras i butik som en del av det lokalt efterfrågade sortimentet. Vad gäller artiklar i beställningssortimentet är huvudregeln att sådana lagerförs hos leverantör men som ett undantag från denna princip kan artiklarna, vid dokumenterad kundefterfrågan, lagerföras i butik. Antalet artiklar som ingår i det lokalt efterfrågade sortimentet kan variera mellan olika butiker och begränsas ytterst av tillgängligt hyllutrymme.

Under januari–september 2025 utgjorde försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* 7,6 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Det totala antalet lokalt efterfrågade artiklar den 30 september 2025 var 1 967. Då hade en Systembolagsbutik i snitt 106 lokalt efterfrågade artiklar.

Under januari–september 2025 genererades 72,8 procent av försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan 26,8 procent kom från beställningssortimentet och 0,4 procent från det tillfälliga sortimentet.

Systembolaget följer centralt upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte finns i respektive butiks sortimentsmix. Alla beställningar (via butik eller internet) som leder till köp fångas upp i Systembolagets systemstöd och redovisas per butik. Muntliga förfrågningar som inte leder till köp registreras på artikelnivå i butikernas kundservicesystem av personalen och tas med i beräkningen av vilka artiklar som bör lagerföras på den enskilda butiken utan att kunden behöver fylla i något formulär. Om en artikel visar sig ha en kundefterfrågan som motiverar lagerföring lagerförs den på aktuell butik, oavsett sin sortimentstillhörighet.

Utvärdering av vilka artiklar som ska fasas in i det lokalt efterfrågade sortimentet i butik görs en gång i månaden. Systembolaget har i många butiker ett stort inflöde av nya artiklar genom det lokalt efterfrågade sortimentet, och strävar efter att

stabilisera inflödet i butikerna. En översyn av tidsgränserna för infasning görs av ansvarig sortimentschef varje kvartal. I syfte att bidra till större bredd i butikernas sortiment har Systembolaget infört rutiner som innebär att utvärderingen ska säkra att en fördelning finns mellan produkter i lägre och högre prislägen. Utvärderingen görs inför sortimentsskiftena den 1 mars och den 1 september, precis som för det fasta sortimentet och beställningssortimentet.⁷

Av Systembolagets inköpsvillkor framgår att en artikel som kvalificerar sig för lagerföring som en del i en butiks lokalt efterfrågade sortiment ska motsvara den dokumenterade lokala efterfrågan som motiverat kvalificeringen. En viss skillnad såvitt avser artikelns egenskaper kan accepteras, om den bedöms vara av mindre vikt för fortsatt kundefterfrågan. Vad gäller prisändringar har artikeln kvalificerat sig med ett visst pris, dvs. med en viss dokumenterad efterfrågan utifrån just detta pris. Priset får inte utan Systembolagets skriftliga godkännande höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter. Detta är samma krav som gäller vid återinköp av artiklar i *Tillfälligt Sortiment Säsong (TSS)*, *Tillfälligt Sortiment Volym (TSV)* och *Tillfälligt Sortiment Tid (TST)*.

3.2.2 Butikens val

Enskilda Systembolagsbutiker har möjlighet att själva besluta om att lägga till, som huvudregel, maximalt 20 artiklar i butikens sortiment. Denna möjlighet, som kallas *Butikens val*, har införts för att butiker ska kunna tillgodose ett särskilt lokalt identifierat behov och låta det utgöra ett komplement till det centralt styrda lokala sortimentet. Exempel på artiklar som kan bli föremål för *Butikens val* är nischade artiklar såsom koscher, artiklar med lokal prägel, festivalartiklar, artiklar att använda som stöd i rådgivning (t.ex. om alkohol och hälsa), glutenfria artiklar eller lågalkoholartiklar samt artiklar för mat- och dryckesrekommendationer, t.ex. viner av viss smaktyp eller viss druva.

Artiklar i det fasta och det tillfälliga sortimentet är tillgängliga för *Butikens val*. I undantagsfall och efter särskilt godkännande från Systembolagets inköpsavdelning kan även artiklar i beställningssortimentet väljas. Artiklar i *Butikens val* kan läggas till och tas bort när som helst. En artikel med kortvarig lokal efterfrågan kan således finnas i en butik under en mycket kort period.

Artiklar i *Butikens val* stod under januari–september 2025 för 1,6 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Den 30 september 2025 fanns totalt 2 294

⁷ Detta gäller med undantag för artiklar som varit föremål för initial poängberäkning och rankning med efterföljande avtalstid om tre månader som inleddes den 1 juni eller den 1 december 2019. Utvärdering av rosévin görs en gång per år, i anslutning till sortimentsskiftet den 1 september.

artiklar som *Butikens val*. En Systembolagsbutik hade då i snitt 32 artiklar som *Butikens val*.⁸

Under januari–september 2025 genererades 94,9 procent av försäljningen i *Butikens val* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan beställningssortimentet stod för 2,6 procent och det tillfälliga sortimentet för 2,6 procent.

Utvärdering och nollställning av en butiks samtliga artiklar i *Butikens val* sker centralt fyra gånger per år, precis som för det centralt styrda lokala sortimentet. Detta sker inför sortimentsskifte i butikerna och syftar till att ge de mest säljande valda artiklarna fortsatt plats på varje enskild butiks hyllor. Utrymmet för artiklar i *Butikens val* är olika för olika butiker, och utvärderingen är butiksunik både avseende vilka artiklar som ska stanna kvar samt i vilken mängd de ska finnas. De artiklar som inte har tillräckligt hög efterfrågan kommer inte längre att finnas på butikshyllan. Butiken behöver då fatta nya beslut om vilka artiklar den anser sig behöva för att tillgodose kundernas efterfrågan.

3.2.3 Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS)

Då Systembolaget noterat ökad efterfrågan på lokalt och småskaligt producerat öl, vin och sprit infördes 2014 ett särskilt inköpsförfarande/sortiment som benämns *Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt* (TSLS).

För att komma i fråga för inköp som TSLS-artikel krävs att artikeln har en tydlig lokal anknytning, produceras inom ett avstånd om högst femton mil från den/de butiker som artikeln köps in till, och är att anse som småskalig. Med småskalig avses i detta sammanhang att den är hantverksmässigt producerad⁹ och att den årliga produktionsvolymen för artikeln understiger vissa specificerade nivåer (olika för olika kategorier). Artikeln ska dessutom uppfylla minst ett av följande kriterier:

- Produkten ska vara jäst, bryggd, destillerad eller mustad på den lokala produktionsadressen.
- Produkten ska innehålla lokala råvaror. Enbart vatten räknas inte som en lokal råvara.
- Produkten ska få sin slutgiltiga karaktär på den lokala produktionsadressen. En artikel som endast etiketteras eller buteljeras lokalt uppfyller inte detta kriterium.

⁸ Anledningen till att snittet är högre än 20 artiklar beror på att vissa butiker fått ett utökat antal artiklar p.g.a. speciella köpmönster vilket försvårar central styrning av sortimentet. Det handlar primärt om saluhallsbutiken i Hötorgshallen i Stockholm samt säsongbutiker där kundunderlaget varierar kraftigt under enstaka månader, exempelvis p.g.a. sommargäster.

⁹ De avgörande stegen i framställningsprocessen sker i så pass liten skala att en eller ett fåtal personer varit de enda inblandade i processen och att de följt produkten genom processens alla steg.

TSLS-artiklar köps in av Systembolaget efter stående offertförfrågan under en begränsad period, för försäljning i mellan en och tio butiker belägna nära TSLS-artikelns produktionsställe. Avtalstiden är tolv månader eller en kortare tid om artikelns försäljning kan förväntas vara starkt kopplad till viss säsong eller om artikeln bara finns i begränsad volym. I samband med avtalsperiodens slut kan avtalet förlängas med tolv månader utan nytt offertförfarande, under förutsättning att förlängning är motiverad utifrån artikelns försäljning i de aktuella butikerna. Offerten granskas av Systembolaget som gör en sensorisk provning, en affärsmässig bedömning av kundefterfrågan relaterad till bl.a. pris, och en kontroll av om produkten har en tydlig säsongssanknytning (jul, påsk etc.). I sådana fall följer avtalstiden det som anges i inköpsvillkoren. Grundkriteriet för vilka artiklar och hur många som köps in är konstaterad kundefterfrågan, alternativt förväntad kundefterfrågan om det gäller nya artiklar, men även då görs en affärsmässig bedömning av efterfrågan relaterad till bl.a. pris. Även butikernas utrymme styr antalet artiklar.

Leverantörer väljer själva om de vill offerera sina produkter till TSLS-sortimentet eller placera dem i beställningssortimentet. Artiklar i TSLS-sortimentet kan inte kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet medan detta däremot är möjligt för artiklar i beställningssortimentet.¹⁰ Liksom artiklar i beställningssortimentet kan emellertid artiklar i TSLS-sortimentet kvalificera sig för lagerföring i butik som *Lokalt Efterfrågat Sortiment* (se ovan) om kundefterfrågan är hög.

Försäljningen av artiklar i TSLS utgjorde 1,0 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2025. Den 30 september 2025 fanns det 2 738 TSLS-artiklar vilka utgjorde 67,4 procent av det totala antalet artiklar i det tillfälliga sortimentet.¹¹

Utöver butiksdistribution erbjuds alla artiklar i TSLS möjlighet till leverans till en av Systembolagets tre depåer för att bli beställningsbara i hela landet. Tidigare har det saknats regler för utvärdering av TSLS-artiklar som distribuerats via depå. Utvärdering har gjorts baserad endast på försäljning/kundefterfrågan i butikerna, och denna har avgjort omfattningen av eventuell fortsatt distribution till butik (max tio butiker). Systembolaget har identifierat ett behov av att genomföra en ändring så att samtliga distributionsvägar speglar efterfrågan hos kunderna. Systembolaget har dessutom noterat att efterfrågan på TSLS-artiklar på senare år ökat väsentligt, liksom antalet nyheter i sortimentet. För att säkerställa plats på depåerna framgent har Systembolaget gjort vissa ändringar i inköpsvillkoren för TSLS-artiklar. Sammanfattningsvis gäller nu följande.

¹⁰ Inga produkter i det tillfälliga sortimentet kan kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet.

¹¹ Som en jämförelse kan nämnas att det den 30 september 2014, dvs. en månad efter införandet av TSLS, fanns 461 artiklar i TSLS.

- För alla TSLS-artiklar som lanseras har leverantören möjlighet att välja om artikeln även ska finnas tillgänglig via Systembolagets onlinebutik.
- De tre första månaderna kommer artikeln att finnas som beställningsbar från depå och lagerhållas på Systembolagets depåer, om producenten så önskar.
- Månad fyra sker en utvärdering baserad på försäljningen de tre första månaderna.
- Utvärdering sker sedan löpande månadsvis baserad på de tre senaste månadernas försäljning.
- För att få finnas kvar ska artikeln ha sålt över en viss kvantitet på alla tre depåer sammanlagt.
- Tappad distribution på depå påverkar inte distribution till fysisk butik, utan den utvärderingen görs per butik.
- Artikel som under avtalsperioden haft mycket låg kundefterfrågan och därför inte längre distribueras via depå kan få tillbaka sådan distribution tidigast under nästa avtalsperiod.
- Vid förnyad avtalsperiod för butik kan artikeln, utifrån försäljningen i butik, också återfå plats på depå.

Systembolaget har mottagit synpunkter från ett fåtal leverantörer som menar att Systembolagets gränser för att artiklar ska få finnas kvar i TSLS är för höga. Systembolaget har svarat att man inte delar den bedömningen, bl.a. utifrån jämförelse med kraven för övriga sortiment.

3.2.4 Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.

Tillfälligt Sortiment Volym (TSV) och *Tillfälligt Sortiment Tid* (TST) syftar till att ge de mer varuintresserade kunderna ett kontinuerligt utbud av nyheter. Dessa tillfälliga sortiment kan vara begränsade antingen i volym (TSV) eller i tid (TST). Lanseringar inom TSV/TST görs tillsammans med lanseringar av *Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv* (TSE) vid fyra till fem lanseringstillfällen varje månad, och en klar majoritet av lanseringarna är volymbegränsade och avser därmed TSV. Inköpen baseras på offertförfrågningar ställda till alla leverantörer och provning genom blindtester. I offertförfrågan anges både den *volym* som ska köpas in (eller i förekommande fall den *tid* produkten kommer att beställas till butik) och den bidragsgräns som gäller för återinköp (i offertförfrågan hänvisas till Leverantörsportalen för närmare information om bidragsgränser).¹² Granskning och urval av inskickade offerter görs på ett sätt som till stor del liknar det för det fasta sortimentet, men med tillägget att

¹² Artikeln måste genom sin försäljning generera ett visst bidrag för att Systembolaget återigen ska ta in den till försäljning.

det i offertförfrågan ibland anges att en "utökad konkurrensmässig bedömning" kommer att göras. Vid en sådan bedömning gör inköparen, som del av den sedvanliga konkurrensmässiga granskningen (bedömning görs av bl.a. pris och kvalitet), även en bedömning av inskickade offerters konkurrenskraft med hänsyn tagen till producentens anseende utifrån t.ex. vedertagna källor i branschen. Denna bedömning görs av inkomna offerter relativt varandra. Offertprovning och slutgiltigt urval bland begärda varuprover görs därefter på sedvanligt sätt enligt samma rutiner som för det fasta sortimentet.

Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv (TSE) syftar till att ge Systembolagets mest nyhetsintresserade och initierade kunder ett brett och djupt utbud av exklusiva alkoholdrycker. Sortimentet innehåller produkter med starkt begränsad tillgång jämfört med efterfrågan, i högre prislägen. Produkterna har oftast högt internationellt anseende och köps alltid in i begränsad volym, från några enstaka till några få tusental flaskor (för vin). Distributionen varierar från endast lansering på Systembolagets webbplats (s.k. webbsläpp) av de allra mest eftertraktade och begränsade inköpen, till lansering i allt från en till ett femtiotal butiker. Systembolaget ska avropa inköpt volym av TSE-artikel inom ett år fr.o.m. avtalad lanseringsdag.

Därutöver finns också *Tillfälligt Sortiment Säsong* (TSS), vilket avser artiklar vilkas försäljning är starkt kopplad till viss säsong och som lanseras under en begränsad period, exempelvis glögg, julöl och påsköl. TSS-artiklar köps in av Systembolaget efter offertförfrågan eller grundat på historisk försäljning. Den administrativa processen vid återinköp av TSS-artikel grundat på historisk försäljning har förenklats, varigenom kravet på att leverantören ska inkomma med särskild offert tagits bort. I stället kontaktas berörda leverantörer, vilkas TSS-artiklar är föremål för återinköp, av Systembolaget.

Priset på en TSV-/TST-/TSS-artikel får, inför återinköpet baserat på historisk försäljning, inte höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter, om inte Systembolaget lämnat skriftligt godkännande för en större prishöjning. Skälet är att Systembolaget vill förhindra att en artikel "prisas in" i sortimentet vid den ursprungliga lanseringen. Relevanta faktorer som beaktas vid bedömningen av vad som utgör normal prisutveckling är t.ex. prisutveckling för liknande produkter i Systembolagets sortiment och på andra marknader, skördeförhållanden i aktuell region, årgångsvariationer och valutaförändringar. Dessa faktorer publiceras på Leverantörsportalen tillsammans med en beskrivning av rutinen för kontakt angående större prishöjningar mellan leverantör och Systembolaget.

I syfte att skydda nyhetsvärdet vid återlansering av TSV- eller TST-artikel vid återinköp baserat på historisk försäljning finns ett krav på att en artikel inte får listas i beställningssortimentet om den är föremål för återinköp till TSV eller TST.

3.3 Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment
Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen, bl.a. i december 2021, redogjort för hur man går tillväga för att bli leverantör till Systembolaget. Nedan redogörs för Systembolagets inköpsprocesser till olika sortiment.

3.3.1 Inköp till det fasta sortimentet

Systembolagets inköp av artiklar till det fasta sortimentet börjar med en omvärldsanalys där Systembolaget undersöker kundernas intressen, internationella trender, restaurangförsäljning m.m. Systembolaget besöker också mässor och pratar med leverantörer för att ta reda på vilka artiklar som finns tillgängliga och vad som efterfrågas för tillfället.

När Systembolaget skapat sig en bild av vad kunderna önskar ska finnas i sortimentet görs en lanseringsplan där det beskrivs vad Systembolaget önskar köpa in under den närmaste tiden. Nästa steg är att Systembolaget specifikt ber om offerter för olika artiklar. I en offertförfrågan anger Systembolaget vilket ursprung den efterfrågade artikeln ska ha, önskad smak på artikeln, vilket prisintervall den ska ligga i, vilken alkoholhalt den ska ha och vilken förpackning den ska komma i. Leverantörerna kan sedan börja förbereda sig för att skicka in offerter inklusive varuprover.

När leverantörer kommit in med offerter granskas dessa av Systembolaget. Granskningen avgör vilka offerter som avvisas utan provning och vilka som det beställs offertprov av. Efter att efterfrågade varuprover inkommit till Systembolaget sker ett omfattande arbete med att testa dessa. Systembolaget jämför alla drycker mot de parametrar som sattes upp i offertförfrågan. Urvalet sker genom blindtester där de personer som provar dryckerna inte har någon information om artiklarnas varumärke, leverantör eller producent. Vanligtvis provas 20–30 drycker i en provning men bara en artikel köps in. Systembolaget gör cirka 260 lanseringar per år.

Innan dryckerna når hyllorna i Systembolagsbutikerna görs en kvalitetskontroll av doft och smak, och även en kemisk analys i Systembolagets eget laboratorium, för att säkerställa att den levererade drycken är densamma som det varuprov som vann offertförfrågan. Tre månader efter varje lansering hämtar Systembolaget dessutom provflaskor från sina butiker för att säkerställa att kvalitet och stil inte har förändrats.

3.3.2 Inköp till beställningssortimentet

En leverantör kan via Leverantörsportalen offerera sin artikel på Systembolagets stående offertförfrågan för listning i beställningssortimentet, vilken är öppen för alla produkter som uppfyller gällande lagkrav. En offertförfrågan är giltig en månad i taget, och skulle en leverantör inte hinna offerera på en förfrågan, öppnas en ny förfrågan dagen efter det att den tidigare har stängts.

I sitt offert svar behöver leverantören ange sedvanlig artikelinformation såsom produktnamn, pris, ursprungsland, varuslag, alkoholhalt, produktens streckkod osv. Sådana lämnade uppgifter behöver alltså inte svara mot några specifikt efterfrågade artikelkrav på det sätt som uppställs för enskilda offertförfrågningar för inköp till det fasta sortimentet.

För inkommen offert görs en formell granskning för att kontrollera att offerten är rätt ifylld och att erforderliga dokument är bifogade. Är så inte fallet avvisas offerten och leverantören får inkomma med en ny, korrekt offert. Inlämnade märkningsprov kontrolleras stickprovsvis för att säkerställa att gällande krav på etikett- och förpackningsutformning samt livsmedelsinformation är uppfyllda. Innehåller märkningsprovet brister ombeds leverantören att korrigera dessa för att möjliggöra listning. För offererade artiklar till beställningssortimentet sker inte någon konkurrensmässig bedömning eller offertprovning.

Om offerten godkänns träffas ett avtal mellan Systembolaget och leverantören avseende den offererade produkten, genom att en inköpsorder skickas för leverantörens godkännande via Leverantörsportalen, och en artikel skapas i Systembolagets affärssystem. Senast nio dagar före säljstart behöver leverantören se till att Systembolaget erhåller artikelinformation (inbegripet eventuella allergenuppgifter) via Validoo.¹³ Via en tjänst hos GS1¹⁴ har leverantören även möjlighet att på egen bekostnad tillse att Systembolaget erhåller en produktbild för publicering i onlinebutiken. Senast dagen före säljstart ska artikeln vara beställningsbar för kunder.

I regel sker avrop för en artikel i beställningssortimentet i samband med att en kund lägger en beställning på artikeln. Därför lagerförs som huvudregel sådana artiklar hos leverantören. Systembolaget köper in varor med transportkostnaden inräknad till den beställande butiken. Leverantören behöver därför ta ställning till vilken distributionslösning som passar denne bäst; egen distribution eller anlitan- de av tredjepartsdistributör.

3.3.3 Verktyg för att upptäcka stödköp

Systembolaget har en rad verktyg för att förebygga och upptäcka stödköp. Dels framgår det i Systembolagets inköpsvillkor att leverantörer inte får köpa sina egna artiklar (olika exempel anges), dels informerar Systembolaget på Leverantörsportalen och leverantörsträffar om detta. Vidare har Systembolaget ett automatiserat "storköpsfilter" som larmar när det förekommer försäljningsmönster som avviker från det normala, och en efterföljande analysprocess. Om Systembolaget i den efterföljande analysen upptäcker avvikande köpmönster tar Systembolaget kontakt med den aktuella leverantören för att få en förklaring. Systembolaget har en

¹³ Validoo är ett varumärke under vilket GS1 Sweden AB erbjuder tjänster vilka baseras på standarder från GS1, t.ex. delning av artikelinformation.

¹⁴ GS1 är en global standardiseringsorganisation för bl.a. streckodsmärkning.

analysenhet som ständigt arbetar med denna typ av frågor. Enligt Systembolaget kan det emellanåt vara svårt att avgöra om enskilda privatpersoners köp av en artikel utgör stödköp av sådan artikel när det samtidigt pågår en marknadsföringskampanj för artikeln (vilken är förenlig med gällande marknadsföringsrättsliga regler) som kan tänkas generera kundefterfrågan. Vid konstaterade stödköp vidtas åtgärder i enlighet med inköpsvillkoren, vilket innebär att Systembolaget bortser från en del av eller all försäljning av den aktuella artikeln i utvärderings- och rankningsprocessen.

3.3.4 Ändringar i inköpsvillkoren

Krav på användning av förnybara drivmedel

I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar på Leverantörsportalen, vilka innebär att befintliga inköpsvillkor kompletteras med krav på användning av förnybara drivmedel vid transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer. Se vidare avsnitt 3.8.3.

Inget krav på rapportering av klimatdata

Systembolaget har tidigare infört bestämmelser om tillhandahållande och rapportering av s.k. klimatdata. Syftet med insamlingen av sådan data är att få tillgång till ett mer precist underlag för beräkning av enskilda artiklars klimatavtryck. Efter diskussioner med svenska och europeiska branschorganisationer under början av 2025 om utmaningarna med rapporteringskravet gjorde Systembolaget emellertid bedömningen att den bästa vägen mot att minska negativ klimatpåverkan från leverantörskedjan är ett nära samarbete med nämnda organisationer i stället för införande av ett krav. Se vidare avsnitt 3.8.2.

Finansieringsmodellen

Systembolaget har även beslutat om ändringar i inköpsvillkoren med anledning av översynen av Systembolagets finansieringsmodell. De fasta och rörliga prispåslag som justerats efter den senaste översynen, och kommunicerats till Systembolagets leverantörer i februari 2025, träder i kraft den 1 mars 2026. Se vidare avsnitt 3.6.

Övriga ändringar

I augusti 2025 publicerade Systembolaget information om ytterligare ändringar i sina inköpsvillkor vilka trädde i kraft den 1 december 2025. Ändringarna avser en ny prisberäkningsfunktion i Leverantörsportalen, renodling och förtydliganden av reklamationsskoder, justering och förtydliganden gällande regler för extern representation samt förtydligande avseende märkning av alkoholfri artikel. Varken Systembolaget eller Konkurrensverket har mottagit några synpunkter eller klagomål på dessa ändrade inköpsvillkor.

I november publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar vilka träder i kraft den 1 mars 2026. Dessa rör bl.a. förtydliganden av krav på märkning och förpackningshantering och förtydliganden av bestämmelserna om prisjustering vid förändrad alkoholskatt.

3.3.5 Försäljningsstopp för ryska artiklar

I februari 2022 beslutade Systembolaget om ett tillfälligt försäljningsstopp av artiklar från Ryssland vilket fortfarande gäller. Bakgrunden var Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina. Sju leverantörer berördes av försäljningsstoppet. Sex av dessa visade förståelse för Systembolagets beslut, men en leverantör motsatte sig att dennes artiklar för tillfället inte kan säljas genom Systembolaget p.g.a. det tillfälliga försäljningsstoppet. Leverantören stämde sedermera Systembolaget i en fastställesetalan i Stockholms tingsrätt, vilken avvisades av tingsrätten. Leverantören överklagade tingsrättens beslut till Svea hovrätt som fastställde tingsrättens beslut. Leverantören överklagade och begärde prövningstillstånd hos Högsta domstolen, som beslutade att inte meddela prövningstillstånd. Hovrättens avgörande står därmed fast. Därefter inkom leverantören med klagomål till Konkurrensverket i samma sak. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.¹⁵ Konkurrensverket har inte mottagit några andra klagomål beträffande Systembolagets försäljningsstopp av artiklar från Ryssland.

3.4 Butiksmodellen

Det finns 452 Systembolagsbutiker i Sverige. I varje kommun finns minst en butik. Därutöver finns det 475 ombud hos vilka det går att beställa och hämta drycker. Ombuden är ofta vanliga livsmedelsbutiker på mindre orter där kundunderlaget för att etablera en Systembolagsbutik är för litet. Dryckerna hos ombuden lämnas bara ut under Systembolagets öppettider, och samma försäljningsregler om åldersgräns m.m. för utlämnande av alkoholhaltiga drycker gäller hos ombuden som i Systembolagsbutikerna.

Systembolagets butiker är indelade i sex olika grupper med liknande kundefterfrågan inom respektive grupp. Inom varje grupp finns också olika storlekar på butikerna (A, B, C, D eller E). Varje butik har en centralt tilldelad sortimentsmix med artiklar från det fasta och det tillfälliga sortimentet. Därutöver finns flera möjligheter att variera sortimentet i varje butik (se avsnitt 3.3 ovan).

För att bättre matcha faktisk butiksyta i det enskilda fallet med den till butiken tilldelade sortimentsstorleken utifrån butiksstorlek har Systembolaget infört tio steg mellan dagens butiksstorlekar. Beroende på hur mycket "överyta" den enskilda butiken har tilldelas butiken ytterligare 10–90 procent av nästa storlekkategori sortiment.

Systembolaget kan etablera ett fåtal specialbutiker, dvs. butiker som lagerför ett större sortiment av artiklar för i huvudsak en och samma kategorigrupp (t.ex. öl eller vin). Artiklar i specialbutiker lagerförs och utvärderas i enlighet med samma regelverk som är styrande för andra butiker. Vissa förtydliganden och justeringar av Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor har dock genomförts för att

¹⁵ Dnr 666/2024.

Systembolaget ska kunna säkerställa sortimentsbredd, djup och representation av samtliga stilar och ursprung som kan förväntas i en specialbutik. Dessa justeringar innebär att specialbutiker fr.o.m. 1 januari 2025 kan utgöras av en butik eller en dedikerad försäljningsyta i eller i anslutning till butik, i begränsat antal, som lagerför ett väsentligt större sortiment av artiklar från i huvudsak en eller flera kategorigrupper.

3.5 Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster

3.5.1 Hemleveranser

Systembolaget erbjuder en hemleveranstjänst till alla i Sveriges befolkning som bor där det finns en farbar väg och på öar med fast vägverksfärja. Detta innebär att drygt 96 procent av Sveriges befolkning i dag har tillgång till hemleveranstjänsten.

Under januari–september 2025 uppgick värdet av hemleveransförsäljningen till cirka 239,2 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,7 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden.

3.5.2 Privatimportservice

Systembolaget har även en privatimportservice som innebär att Systembolaget, för privatpersoners räkning, kan importera produkter som inte finns i Systembolagets sortiment. Under januari–september 2025 mottog Systembolaget 15 074 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 9 831 stycken (65,2 procent) till köp. Försäljningen via Systembolagets privatimportservice uppgick under perioden till cirka 63,5 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.

3.5.3 Beställningstjänster

Kunder kan beställa produkter på Systembolagets webbplats för uthämtning i valfri Systembolagsbutik, hos ombud eller för hemleverans. Hela Systembolagets sortiment är tillgängligt för beställning via internet, med undantag för artiklar i TSLS som aktuell leverantör valt att inte distribuera via depå.

Under januari–september 2025 uppgick försäljningen av artiklar som beställts via Systembolagets e-beställningstjänst och hämtats ut i butik till cirka 917 miljoner kronor, vilket utgjorde cirka 2,6 procent av Systembolagets totala försäljning under året. Under samma period noterades ett försäljningsvärde i butik om cirka 110 miljoner kronor för kundbeställningar som gjorts vid besök i butik eller per telefon. Nämnade summa utgjorde cirka 0,3 procent av Systembolagets totala försäljning.

Försäljningen av artiklar som beställts via e-beställningstjänsten och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 448 miljoner kronor under perioden vilket utgjorde cirka

1,3 procent av Systembolagets totala försäljning. Försäljningen av artiklar som beställts hos och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 62 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.¹⁶

3.6 Prissättning

Leverantörer bestämmer själva vilka priser de vill tillämpa när de säljer till Systembolaget. Ingen förhandling om priser sker mellan Systembolaget och leverantörer. Systembolaget adderar fasta och rörliga påslag till de av leverantörerna satta priserna, samt alkoholskatt och mervärdesskatt, varefter artiklarna säljs till konsumenterna. Påslagen varierar lite, beroende på dryckeskategori, och ska täcka såväl hanteringskostnader som rörelsekostnader samt avkastningsmål, utan att vägledas av vinstmaximering för Systembolaget. Leverantörerna av artiklar i det fasta sortimentet har möjlighet att ändra sina priser två gånger om året, och leverantörer av artiklar i beställningssortimentet har möjlighet att ändra sina priser fyra gånger om året. Leverantörer av artiklar i beställningssortimentet som genomgått sortimentsbyte till det fasta sortimentet har möjlighet att ändra priset efter sex månader från sortimentsskiftet.

Systembolaget gör en strategisk översyn av finansieringsmodellen vart tredje år, då fasta och rörliga påslag ses över och eventuellt ändras. Inom ramen för den strategiska översynen utvärderas finansieringsmodellens underliggande principer i kombination med omfattande analyser och frekvensstudier för att fastställa en objektiv kostnadsnivå. Översynen och ändringarna är enligt Systembolaget nödvändiga bl.a. för att säkerställa att finansieringsmodellen täcker Systembolagets kostnader och ägarens avkastningskrav. De påslag som justerats efter den senaste översynen, och kommunicerats till Systembolagets leverantörer i februari 2025, träder i kraft den 1 mars 2026.

I syfte att möjliggöra än mer träffsäkra prognoser och möta omvärldens snabba förändringar uppger Systembolaget att man, utöver den större strategiska översyn av finansieringsmodellen som sker var tredje år, årligen kommer att se över nivåer för både fasta och rörliga påslag. Detta innebär att de rörliga och/eller fasta påslagen framgent kan komma att justeras årligen, och i dessa fall kommer ändringarna att kommuniceras med cirka sex månaders framförhållning. Detta förfarande, som inte görs genom en formell ändring av inköpsvillkoren, syftar enligt Systembolaget till att skapa nödvändig flexibilitet i finansieringsmodellen med möjlighet att göra löpande justeringar mot bakgrund av generell kostnadsutveckling och nya marknadsförutsättningar. Den större strategiska översynen av Systembolagets finansieringsmodell kommer även fortsättningsvis att utföras vart tredje år. Beroende på omfattningen av eventuella ändringar vid den strategiska

¹⁶ Beställningar för uthämtning hos ombud görs online eller direkt hos ombudet. Vid besök i Systembolagsbutik kan kund inte beställa med andra leveranssätt än för uthämtning i just den butiken. Framöver kommer kund vid sitt besök i butik även kunna beställa för upphämtning i andra butiker eller hos ombud, alternativt med hemleverans.

översynen avser Systembolaget att tillämpa en ledtid på 6–12 månader innan ändringarna träder ikraft.

3.7 Affärssystem

Systembolagets affärssystem innebär dels att leverantörens artikelinformation hämtas digitalt via tjänsten Validoo, dels att dryckesfaktuorna är digitaliserade. Frågor från leverantörer gällande förändringen av affärssystemet hanteras av Systembolagets inköpsupport med hjälp av GS1:s kundtjänst.

3.8 Hållbarhetsarbete

3.8.1 Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030

Systembolaget har beslutat om vetenskapligt baserade klimatmål som bl.a. innebär att klimatpåverkan från Systembolagets hela värdekedja ska ha minskat med 50 procent 2030 jämfört med 2019. Systembolaget har ansökt om att få klimatmålen godkända av the Science Based Targets initiative (SBTi). Arbetet med att ta fram en metodik för hur Systembolaget ska mäta och följa förändringar av klimatpåverkan över tid fortsätter.

3.8.2 Klimatpåverkan i leverantörskedjan

Systembolaget arbetar kontinuerligt med att kartlägga status och efterlevnad av miljökrav i leverantörskedjan, vilket Konkurrensverket redogjort för i tidigare rapporter till kommissionen. Som ett led i detta arbete beslutade Systembolaget under 2021 att införa krav i sina inköpsvillkor på att leverantörer bl.a. ska göra en miljöutredning över sin egen verksamhet och utforma en miljöpolicy, upprätta mål och handlingsplaner för att minska sin negativa miljöpåverkan, samt följa upp effekten av genomförda åtgärder.

Inom ramen för Systembolagets hållbarhetsarbete införde Systembolaget krav i inköpsvillkoren om rapportering av s.k. klimatdata fr.o.m. 1 maj 2025. Syftet med insamlingen av sådan data är att få tillgång till ett mer precist underlag för beräkning av varje enskild artikels klimatavtryck. Efter diskussioner med Sprit- & Vinleverantörsföreningen och de europeiska branschorganisationerna under början av 2025 om utmaningarna med rapporteringskravet gjorde Systembolaget emellertid bedömningen att den bästa vägen mot att minska negativ miljöpåverkan från leverantörskedjan är ett nära samarbete med nämnda organisationer. Systembolaget beslutade därför i april 2025 att ta bort kravet på rapportering av klimatdata från inköpsvillkoren.

Under våren och sommaren 2025 genomförde Systembolaget en pilot för insamling av klimatdata på cirka 100 produkter, i samarbete med CarbonCloud som plattform för insamling och beräkning av produkternas klimatavtryck. Syftet var att testa

metoder och förutsättningar för att samla in klimatdata från leverantörsledet samt utvärdera processer för beräkning och kvalitetssäkring av klimatdata. Deltagande skedde på frivillig basis. Piloten har enligt Systembolaget gett värdefulla insikter avseende både möjligheter och utvecklingsbehov i arbetet med klimatdata. En samlad utvärdering av pilotens resultat genomfördes under hösten 2025 och kommer att utgöra underlag för det fortsatta utvecklingsarbetet. Ambitionen är fortsatt att samla in klimatdata i större skala och utveckla arbetet med klimatdata i dialog med branschen.

Systembolaget betonar att en förutsättning för att insamlingen av klimatdata ska kunna ske på frivillig basis är försäkringar från Sprit- & Vinleverantörsföreningen om kraften i föreningens engagemang och support, samt att dess medlemmar kommer att bidra i det gemensamma arbetet med att genomföra, utvärdera och utveckla insamlingen. Systembolagets målsättning är att rapporteringen av klimatdata ska uppfattas som relativt enkel och inte utgöra ett betungande arbete. Under 2025 har Systembolaget erbjudit extra stöd till rapportörer. Utöver detta ser Systembolaget över vilka ytterligare incitament som kan ges till de aktörer som väljer att rapportera sina produkters klimatavtryck. Systembolagets ambition är att i förlängningen kunna använda klimatdata för att både styra sortiment och hjälpa kunderna att göra mer medvetna val.

Insamlingen av klimatdata, och takten för den, kommer att följas och utvärderas av Systembolaget i dialog med branschföreningarna. Utvärderingen kommer att inbegripa vilka eventuella åtgärder som kan behöva vidtas framgent, t.ex. om inköpsvillkoret kan behöva återinföras.

Med anledning av Systembolagets införande av rapporteringskravet inkom ett klagomål till Konkurrensverket, som inledde ett ärende mot Systembolaget inom ramen för lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter. Eftersom kravet drogs tillbaka innan det trädde i kraft skrev Konkurrensverket av ärendet.¹⁷ Se vidare avsnitt 4.1.5.

3.8.3 Krav på användning av förnybara drivmedel

Systembolaget hade under 2023 och 2024 dialoger med leverantörer, branschorganisationer, distributörer och samdistributörer i syfte att identifiera och prioritera möjliga åtgärder som effektivt minskar klimatavtrycket från transporterna. Diskussioner fördes inom arbetsgrupper för att analysera och förankra effekterna, riskerna och genomförbarheten av olika förslag. En arbetsgrupp bestående av representanter från Systembolaget, Sveriges Bryggerier, Sprit- & Vinleverantörsföreningen, leverantörer, distributörer och samdistributörer, upprättade under hösten 2024 ett mål för användning av förnybara drivmedel. Arbetet med

¹⁷ Dnr 312/2025.

skapandet av en gemensam plan för att nå detta mål fortsätter. Systembolaget har informerat om detta arbete på Leverantörsportalen.

I februari 2025 publicerade Systembolaget inköpsvillkorsändringar, vilka innebär införande av ett krav på användning av förnybara drivmedel vid transporter inom Sverige till Systembolagets butiker och depåer. Leverantörer som anlitar distributör ska säkerställa att minst 90 procent av transporterna i Sverige som distributören (inbegripet distributörens underleverantörer) utför till Systembolagets butiker och depåer från och med den 31 december 2026 sker med förnybara drivmedel.

Sedan de nya villkoren publicerades har Systembolaget, tillsammans med Sveriges Bryggerier och Sprit- & Vinleverantörsföreningen, fört en dialog med de distributörsblock som tillsammans representerar de distributörer som anlitas av leverantörerna, för att diskutera vilka åtgärder distributörerna behöver vidta för att säkerställa måluppfyllnad till den 31 december 2026. Därutöver har möte hållits med branschföreningen Sveriges Åkeriföretagare för att utröna hur branschföreningen ser på villkoren och möjligheten för åkerinäringen att uppfylla dem. De utmaningar som framkommit i dialogen är tillgängligheten av drivmedel i vissa geografiska områden, samt de situationer då distributörsblocket nyttjar en underleverantör som även transporterar annat gods och där man endast nyttjar en mindre del av lastbilen. Diskussioner har även förts om hur beräkningen av klimatavtrycket för distributionen går till och hur utfallet kan delas med leverantörerna.

Arbetet fortsätter nu med att fastställa delmål, uppföljningspunkter och stödinsatser i nära samverkan med branschföreningar, deras medlemmar, logistikpartners och distributörsblocken. Ett förslag till måldatum och rapporteringskriterier har tagits fram och kommer att förankras med berörda branschföreningar före publicering på Leverantörsportalen.

Inom ramen för arbetet har Systembolaget beslutat att öppna för massbalansprincipen som en möjlig åtgärd för att nå målet. Detta innebär att användning av förnybara drivmedel kan redovisas genom en verifierbar och transparent modell utan krav på att varje enskild transport fysiskt drivs med förnybart drivmedel, under förutsättning att tydliga kriterier uppfylls. Framtagandet av villkor och kriterier för massbalans pågår och beräknas färdigställas under andra kvartalet 2026.

Parallellt med ovan beskrivna dialoger har Systembolaget fört en dialog med Sveriges Bryggerier och Sveriges Oberoende Bryggerier om egen distribution. I dialogen med Sveriges Oberoende Bryggerier har Systembolaget lagt fram ett förslag om måldatum och rapporteringsvillkor för leverantörer med egen distribution. Förslaget innebär att kravet på användning av förnybara drivmedel ska vara uppfyllt senast den 1 januari 2030, vilket utgår från den generella omställningstakten på den svenska transportmarknaden.

Gällande rapportering har diskussioner förts om att tillämpa en förenklad rapportering för egen distribution samt om ett undantag för leverantörer som använder egen varubil, för att undvika att dessa behöver investera i nya fordon som för närvarande inte kan tankas med förnybart drivmedel. Sveriges Oberoende Bryggerier har ställt sig positiva till förslagen, och Sveriges Bryggerier är informerade och ser positivt på dialogen och det föreslagna upplägget.

Nästa steg i arbetet är att konkretisera rapporteringsprocessen samt att invänta synpunkter från Sveriges Producenter av Alkoholdrycker (SPAA) genom Sprit- & Vinleverantörsföreningen (SVL).

3.8.4 Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor

På förpackningsområdet är det engångsglasflaskor som står för den enskilt största klimatpåverkan. I syfte att bidra till minskade koldioxidutsläpp orsakade av tyngre engångsglasflaskor har Systembolaget beslutat att artiklar som saluförs i engångsglasflaskor i Systembolagets sortiment omfattas av förbud mot fortsatt försäljning (i) om de överstiger vissa maxvikter (se nedanstående tabell) och (ii) om deras försäljningsvolym under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp om fem ton eller mer. Förbudet gäller samtliga sådana artiklar som buteljerats/tappats i engångsglasflaska efter den 1 mars 2024.

Det totala koldioxidutsläppet beräknas utifrån ett schablonvärde som omräknas för aktuell flaskvikt och därefter multipliceras med antalet sålda flaskor. Aktuella schablonvärden finns publicerade på Leverantörsportalen tillsammans med ett verktyg som leverantörer kan använda för att räkna ut hur många flaskor av olika vikter som genererar fem ton koldioxid.¹⁸ I syfte att säkerställa att det för alla marknader är möjligt att använda likvärdigt glas som inte överskrider maxvikterna har Systembolaget diskuterat maxvikterna med branschrepresentanter.

Systembolaget beslutar om försäljningsstopp eller avlistning av artiklar som omfattas av det beskrivna förbudet. Genom denna modell kan berörda leverantörer välja mellan att begränsa försäljningen (om det är förenligt med inköpsavtalet för artikeln), sänka flaskvikten, och byta förpackningstyp.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram) Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	Maxvikt (gram) Mousserande vin (inkl. alkoholfritt mousserande vin)
200	360	395
250	360	
330	435	
350	470	
375	470	575

¹⁸ Aktuellt schablonvärde är 0,938 kg koldioxid per kg glas.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram) Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	Maxvikt (gram) Mousserande vin (inkl. alkoholfritt mousserande vin)
500	575	
700	750	
750	750	950
1000	910	
1500	1 190	1900

Källa: Systembolaget.

Artiklar med engångsglasflaska vars vikt motsvarar eller understiger angivna maxvikter, och artiklar med tyngre engångsglasflaskor men vars försäljning under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp understigande fem ton, omfattas inte av förbudet.

Maxviktskravet syftar i första hand till att exkludera de tyngsta glasflaskorna som säljs i större skala. Systembolaget har i dagsläget inga planer på att minska maxvikterna. Fokus ligger istället på att öppna upp möjligheten för förpackningsproducenter att rapportera mer specifik produktionsdata. Dialoger pågår med förpackningstillverkare inom glas, bag-in-box, burk och PET-flaskor för att förankra en metod för detta. Målsättningen att etablera en metod som möjliggör användning av befintliga LCA-beräkningar¹⁹ från producenterna, för att undvika onödig insamling av detaljerad data och hantering av känslig information. Systembolaget ser inga tekniska eller formella hinder för att modellen ska kunna implementeras i nästa fas av klimatdatainsamlingen, uppskattningsvis inom det kommande halvåret.

3.8.5 Produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val")

Konkurrensverket har tidigare rapporterat om Systembolagets produktmärkning "Hållbart Val", som infördes den 1 mars 2022 och som bytte namn till "Våra mest hållbara drycker" den 1 juni 2023. Vid bedömningen av om en artikel ska få denna produktmärkning utgår Systembolaget från följande tre kriterier: (i) miljöcertifierad odling och produktion, (ii) förpackning med lägre klimatavtryck och (iii) godkänt resultat i Systembolagets analys av arbetsvillkor i odling och produktion. Systembolaget har satt kraven utifrån en nivå som man anser gör en skillnad utifrån ett hållbarhetsperspektiv. För att säkra likabehandling av produkter och leverantörer har Systembolaget varit mån om att använda kriterier som är transparenta, objektiva och relevanta.

¹⁹ LCA-beräkning är en metod för att bedöma en produkts eller ett projekts totala miljöpåverkan under hela dess livscykel, från utvinning av råmaterial till avfallshantering.

Tidigare kunde enbart artiklar i det fasta sortimentet ansöka om och få produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker". Från och med sortimentsskiftet i september 2023 är detta möjligt även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet. Vid sortimentsskiftet den 1 september 2025 hade 390 artiklar i det fasta sortimentet, 57 artiklar i beställningssortimentet och fem artiklar i det tillfälliga sortimentet fått denna märkning.²⁰

Kommissionen avslog i slutet av 2024 två klagomål från italienska vinproducenter angående "Hållbart Val". Vinproducenterna hade under 2022 framfört klagomål på att Systembolagets tilläggsbudskap "Hållbart Val" var möjlig att få endast för artiklar i det fasta sortimentet. Vinproducenterna menade att Systembolaget, genom att inte tillåta det för övriga sortiment, missbrukade sin dominerande ställning vilket ledde till diskriminering och snedvridning av konkurrensen, i strid med konkurrensreglerna. Mot bakgrund av att Systembolaget i juni 2023 gjorde "Hållbart Val"-märkningen möjlig även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet, samt bedömningen att det tidigare förfarandet inte, om det hade bevisats, längre hade effekter på konkurrensen på den inre marknaden, ansåg kommissionen att det inte fanns tillräckliga grunder för att fortsätta utredningsåtgärder rörande de påstådda överträdelserna.²¹

Konkurrensverket fortsätter att bevaka utvecklingen vad gäller "Våra mest hållbara drycker".

3.8.6 Mänskliga rättigheter

Arbetet med framtagande av ett ramverk för Systembolagets arbete med mänskliga rättigheter i leverantörskedjan är klart. Ramverket syftar till att sammanställa processer för tillbörlig aktsamhet, identifiera eventuella gap, rekommendera indikatorer för mätning av effekter samt säkerställa att arbetet ligger i linje med nuvarande och kommande EU-lagstiftning på området. För närvarande pågår arbete med att justera och komplettera befintliga processer och rutiner i enlighet med ramverket. Detta sker i tre steg: 1) skapande av en vision och en modell för hur Systembolaget införlivar respekt för mänskliga rättigheter i leverantörskedjan; 2) implementering av ramverket och utrullning av det; samt 3) arbete med ramverket på ett kontinuerligt, systematiskt och löpande sätt. Fokus ligger för närvarande på att skapa en enhetlig bild av vilka processer som redan finns på plats inom ramen för tillbörlig aktsamhet, hur dessa bör utvecklas i enlighet med ramverket samt vilka delar som behöver kompletteras.

Sedan den 1 april 2025 har Systembolaget tagit del av 41 hållbarhetsgranskningar avseende efterlevnad av inköpsvillkor kopplade till miljö och mänskliga rättigheter. Granskningarna har initierats av Systembolaget eller av parter i Systembolagets

²⁰ Samtliga artiklar i det fasta sortimentet bedöms.

²¹ Case AT.40834 –Green Screen. Commission decision pursuant to Article 7(2) of Commission Regulation (EC) No 773/2004 rejecting the complaint.

leverantörskedja och omfattar 20 amfori BSCI-granskningar²² och 21 Sedex SMETA-granskningar²³. De vanligaste bristerna som identifierats rör arbetsmiljö samt övertid och löner. Inga nya s.k. Zero Tolerance-ärenden har identifierats. Dessa följs normalt upp inom 12 månader alternativt vid närmast uppföljande granskning.

Systembolaget deltar, tillsammans med Vinmonopolet, Fairtrade och Anker Research Institute, i ett projekt för att ta fram en levnadslönebenchmark i Western Cape, Sydafrika. Arbetet leds av Anker Research Institute i samarbete med University of Cape Town (UCT) och inkluderar en levnadslönerekalkyl, informationsinsatser och intressentsamverkan. En korrekt kalkyl av vad en levnadslön bör ligga på är centralt för att kunna stänga lönegap i förhållande till rådande minimilön inom en specifik geografisk region. Datainsamlingen och analysen i Western Cape är slutförd och arbetet med att färdigställa den modell som ligger till grund för levnadslöneberäkningen pågår. Rapportskrivningen har inletts. Slutversionen av rapporten planeras att färdigställas i slutet av december. På grund av förseningar med att få tillgång till den sydafrikanska regeringens mikrodata om hushållsutgifter kan det bli aktuellt att komplettera rapporten under 2026.

I övrigt fortsätter Systembolaget det pågående arbetet med fördjupande studier i leverantörskedjan. För närvarande genomförs en studie av vinindustrin i Spanien, och arbetstagarrapportering fortsätter för vinindustrin i Spanien och Chile. Under 2026 planeras metoden att utökas till att omfatta vinindustrin i Systembolagets tio största vinländer.

Högriskartiklar – ny process och nya krav

Alla artiklar i Systembolagets fasta sortiment följs upp systematiskt i Systembolagets hållbarhetsuppföljning, men för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet saknas i dag en proaktiv uppföljning. Genom en ny process vill Systembolaget säkerställa att odlare och producenter för artiklar även i dessa sortiment lever upp till Systembolagets uppförandekod utifrån arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och miljö. Insatser har påbörjats där Systembolaget identifierat de största riskerna för brott mot uppförandekoden, och Systembolaget utgår här från landsrisk vid definition av högriskartikel. För att identifiera landsrisk använder Systembolaget data från sin egen *Human Rights Due Diligence*-analys och data från företaget Verisk Maplecroft.²⁴ I dagsläget är följande s.k. högriskländer, dvs. länder med framträdande risker utifrån ursprung eller utifrån HRDD-analys, representerade i sortimentet: Eritrea, Haiti, Indien, Kina, Libanon, Marocko, Nigeria, Turkiet och Venezuela. Systembolaget har hållit obligatoriska utbildningar för leverantörer som har artiklar från något av dessa nio länder, och även individuella "lanseringssamtal" med leverantörer som lanserar nya artiklar från något av

²² amfori BSCI är en internationell standard för socialt ansvarstagande och etisk efterlevnad i leveranskedjor.

²³ Sedex är ett granskningsförfarande som har utvecklats av Sedex – Supplier Ethical Data Exchange – en ideell organisation som stödjer företag som arbetar med kontinuerlig förbättring av etisk prestanda i leveranskedjor.

²⁴ Verisk Maplecroft är ett globalt konsultföretag vars arbete inkluderar att analysera risker som påverkar investerare, bl.a. relaterade till hållbarhet.

de identifierade riskländerna, tillsammans med berörd inköpare. Samtalen och utbildningen har enligt Systembolaget varit uppskattade.

3.8.7 Systembolagets Hållbarhetsplattform²⁵

Hållbarhetsplattformen syftar till att öka spårbarheten och transparensen i Systembolagets leverantörskedja och till att utgöra grunden för en bättre uppföljning vad avser efterlevnad av Systembolagets hållbarhetskrav i leverantörsledet.

Den 10 oktober 2025 fanns 3 983 registrerade artiklar i Hållbarhetsplattformen. Av dessa var 2 956 stycken aktiva i Systembolagets sortiment. Av de 2 956 var 2 063 stycken helt kartlagda, dvs. de hade både en faktisk producent och minst en odlare registrerade. Antalet aktiva artiklar uppdateras dagligen.

Systembolaget planerar att i början av 2026 lansera en ny modul i Hållbarhetsplattformen – Beverage Industry Assessment – som är framtagen tillsammans med Vinmonopolet och Worldfavor. Modulen innehåller ett branschanpassat frågepaket och en automatiserad bedömning av producenters och odlares hållbarhetsmognad på en femgradig skala. Syftet är att möjliggöra enhetlig och transparent rapportering av hållbarhetsdata, minska rapporteringsbördan, skapa en gemensam bild av hållbarhetsmognad och integrera resultatet i den löpande leverantörsdialogen.

²⁵ Hållbarhetsplattformen har beskrivits i Konkurrensverkets tidigare rapporter, se t.ex. rapporten i december 2020.

4 Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.

4.1 Klagomål till Konkurrensverket

Inkomna klagomål gällande Systembolaget kommuniceras i stort sett alltid med Systembolaget, som då får tillfälle att yttra sig.

Samtliga nedan nämnda klagomål, med undantag för det som beskrivs i avsnitt 4.1.5, har hanterats inom ramen för Konkurrensverkets konkurrenstillsyn.

4.1.1 Bristande transparens

Konkurrensverket har tidigare mottagit ett klagomål från en leverantör som upplevt svårigheter att kommunicera med Systembolaget om bl.a. leveranser och påfyllning av varor i butik. Enligt komplettering till klagomålet upplevde leverantören att bristande transparens från Systembolagets sida, rörande vad som avgjort en artikels utvärdering i TSLS, försvårade leverantörens planering. Systembolaget har fått yttra sig och anför bl.a. att skälet till att ingen kommunikering sker av de specifika försäljningsvolymerna som behövs för att en TSLS-artikel ska få fortsatt försäljning, är att Systembolaget vill undvika risken för stödköp. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.^{26, 27}

4.1.2 Utvärdering av TSLS-artiklar

Konkurrensverket har tidigare mottagit ytterligare ett klagomål avseende Systembolagets utvärdering av TSLS-artiklars försäljning via depå och beslut om fortsatt depådistribution. En leverantör hade sålt artiklar i TSLS men då försäljningen inte nått en viss nivå under tre månader stoppades försäljningen via Systembolagets webbplats. Försäljningsnivån ifråga är bestämd av Systembolaget och inte känd för leverantören. Systembolaget har fått yttra sig och anför bl.a. att skälet till att ingen kommunikering sker av de specifika försäljningsvolymerna som behövs för att en TSLS-artikel ska få fortsatt försäljning, är att Systembolaget vill undvika risken för stödköp. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.²⁸

²⁶ Dnr 40/2025.

²⁷ Vid prioriteringen väger Konkurrensverket in om problemet orsakar skada för konkurrensen och konsumenterna, om det finns förutsättningar att effektivt utreda och ingripa mot problemet, det allmänpreventiva syftet och behovet av vägledning samt om Konkurrensverket är bäst lämpat att agera. Skada för konkurrensen och konsumenterna är den prioriteringsfaktor som väger tyngst.

²⁸ Dnr 318/2025.

4.1.3 Offertförfrågan om rosévin

Vidare har Konkurrensverket mottagit ett anonymt klagomål rörande en offertförfrågan från Systembolaget på rosévin i tetraförpackning, där den producent som hade flest poäng skulle vinna. Enligt klagomålet var den produkt som har förstaplatsen i segmentet helt ohotad, och Systembolaget missbrukade sin dominerande ställning genom att diskriminera alla producenter utom den som levererade denna produkt eftersom Systembolaget på förhand visste vem som skulle vinna offertförfrågan. Systembolaget har fått yttra sig och anfört bl.a. att den absoluta majoriteten av alla inköp av produkter till det fasta sortimentet sker genom ordinarie inköpsförfarande, vilket inkluderar sedvanlig offerthantering, produkturval och blindprovning. Den i ärendet aktuella offertförfrågan avsåg inköp av en kompletterande artikel. Genom förfarandet för inköp av kompletterande artiklar möjliggörs för Systembolaget att i vissa enstaka situationer frångå den ordinarie inköpsprocessen för att kunna erbjuda ett annat storleks- och/eller förpackningsalternativ till en produkt som redan finns i det fasta sortimentet och som således redan har en dokumenterad kundefterfrågan. Typfallet för kompletterande inköp är situationer där det identifierats att det krävs en identifierad avsändare för att kunder ska intressera sig för en ny förpackningstyp eller en ny förpackningsstorlek. Detta förfarande tillämpas med stor restriktivitet, i omkring en till två offerter per år. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.²⁹

4.1.4 Hantering av differentierad alkoholskatt

Det har även till Konkurrensverket inkommit ett klagomål från en branschorganisation för producenter av alkoholdrycker. Klagomålet gäller hur Systembolaget valt att hantera den differentierade alkoholskatten i den nya priskalkyl som tillämpas fr.o.m. den 1 juli 2025. Bakgrunden till klagomålet är att det den 1 juli 2025 infördes en ny reglering som medger skatterabatt för små och oberoende producenter av öl (se vidare avsnitt 5.3. nedan). Systembolaget har fått yttra sig och anfört bl.a. att Systembolagets prissättning görs enligt den modell som framgår av Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor. Modellen är densamma för alla leverantörer, oavsett storlek, ursprung eller varumärke. Systembolaget tar hänsyn till sänkt alkoholskatt i sin prismodell på så sätt att leverantören anger ett inköpspris till Systembolaget inklusive alkoholskatt och pant. Från detta avräknas den alkoholskatt som producenten betalar, samt eventuell pant, innan Systembolaget beräknar påslag och skatten läggs tillbaka. I denna beräkning används den faktiska skatt som producenterna betalar. Det innebär att den, i förekommande fall, sänkta skatten efter lagändringen används i beräkningen.

Effekten av att Systembolaget tillämpar den sänkta alkoholskatten i prismodellen är att de producenter som omfattas av skattesänkningen erhåller ett högre inköpspris från Systembolaget, dvs. deras marginal ökar. Detta högre inköpspris ligger i sin tur till grund för Systembolagets påslag vilket medför ett högre inköpspris för kund.

²⁹ Dnr 478/2025.

Normalt har leverantörer möjlighet att justera sina priser på artiklar i det fasta sortimentet två gånger per år, den 1 mars respektive den 1 september. För att undvika risken att berörda producenter får en konkurrenssnackdel som en följd av att skattejusteringen inföll mellan dessa ordinarie prisändringstillfällen meddelade Systembolaget dem att de fick en möjlighet att justera priset i samband med lagändringen. Varje leverantör kunde således välja om skattesänkningen helt eller delvis skulle komma konsumenten till del genom lägre pris, eller om den skulle användas för att stärka marginalerna eller investera i den egna verksamheten. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.³⁰

4.1.5 Krav på rapportering av klimatdata

Som nämnts ovan (se avsnitt 3.8.2) har Konkurrensverket också mottagit ett klagomål avseende Systembolagets aviserade ändring i inköpsvillkoren som skulle innebära ett införande av rapporteringskrav gällande klimatdata. Enligt klagomålet skulle ändringen kunna utgöra en överträdelse av förbudet i 5 § första stycket 3 i lagen (2021:579) om otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter, mot att ensidigt genomdriva en ändring av villkoren i ett avtal i fråga om kvalitetskrav. Konkurrensverket inledde en utredning med syftet att klarlägga om Systembolaget överträtt detta förbud. Under utredningen konstaterade Konkurrensverket att Systembolaget drog tillbaka den aviserade förändringen före ikraftträdandet, varför någon ändring av inköpsvillkoren i denna del aldrig genomfördes. Konkurrensverket avslutade därför utredningen.³¹

4.1.6 Användning av GTIN-nummer

Ett till Konkurrensverket inkommet klagomål avsåg frågan om vilket GTIN-nummer som ska användas på blandade lådor som säljs genom privatimport.³² GTIN-nummer utgör en del av GS1:s standard för märkning av förpackningar. GS1-standarder utgör ett gemensamt digitalt affärsspråk som skapar förutsättningar för global handel. Produkter, förpackningar, kollin, frakter, platser m.m. får med GS1-standarder unika digitala identiteter och ett strukturerat språk för datadelning mellan system.

Av Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor följer att leverantören ska säkerställa att levererad artikel har ett unikt GTIN-nummer som identifierar artikeln. Alla dryckesförpackningar, oavsett sortiment, ska vara kopplade till ett unikt GTIN-nummer. Kraven på förpackningar och angivande av GTIN-nummer framgår även av Förpackningsguiden som återfinns på Leverantörsportalen som alla leverantörer har tillgång till och där även ett flertal hjälpande guider återfinns.

³⁰ Dnr 489/2025.

³¹ Dnr 312/2025.

³² Med privatimport avses i detta sammanhang att Systembolaget, för privatpersoners räkning, kan importera produkter som inte finns i Systembolagets sortiment.

Klagomålet gällde att Systembolaget stoppat vissa leveranser då man ansett att fel GTIN-nummer användes. Systembolaget uppgav att ett programfel i Systembolagets system som förelegat under en period gjort att leverantörer i somliga fall kunnat offerera med ett felaktigt GTIN-nummer. Programfelet rättades till i juni 2025 och sedan dess har det inte varit möjligt att ange felaktigt GTIN-nummer. Felet förekom endast på produkter som offererades till privatimport. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.³³

4.1.7 Brister i varuförsörjning

En leverantör med fyra artiklar i TSLS listade i fyra Systembolagsbutiker gjorde gällande att Systembolaget brustit i sin hantering av inköp och varuförsörjning, och menade att detta hade resulterat i tomma hyllor under sommaren 2025. Klaganden ansåg även att det förelåg bristande kommunikation och tydlighet från Systembolagets sida kring leveransförväntningar. Enligt Systembolaget hade det inte förelegat några långvariga eller strukturella brister i varuförsörjningen. De tillfällen då vissa hyllor tillfälligt stod tomma sammanföll med två exceptionellt intensiva veckor – midsommarveckan och en senare julivecka med ovanligt högt kundtryck – då även flera andra lokala produkter i området tillfälligt sålde slut. Dessa situationer var enligt Systembolaget kortvariga, hanterades inom ramen för ordinarie order- och leveransrutiner och åtgärdades vid nästkommande leverans.

Systembolaget lämnar inte förhandslöften om total inköpt volym inom TSLS. Avrop sker mot faktisk efterfrågan och med hänsyn till butikernas kapacitet, utan kvantitetsåtagande. Detta gäller för alla TSLS-leverantörer. Vad gäller kommunikation anförde Systembolaget sammanfattningsvis att kommunikation sker via strukturerade och gemensamma kanaler, vilket säkerställer att alla leverantörer behandlas på samma sätt och att kommunikationen är transparent. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.³⁴

4.1.8 Foton på artiklar i beställningssortimentet

En leverantör anförde klagomål på Systembolaget relaterat till Systembolagets riktlinjer för bildmanér av produktbilder för artiklar i beställningssortimentet. Leverantören menade att Systembolagets krav på produktbildernas estetiska utformning, exempelvis styrning av ljusreflexer, är detaljstyrda och godtyckliga och skapar en merkostnad som är oskälig och saknar konsumentnytta. Enligt leverantören är kraven oproportionerliga i relation till syftet att säkra tydlig och korrekt konsumentupplysning. Vidare menade leverantören att en dubbel kostnadsbörda uppstår för importörer, i form av dels kostnad för att efterleva bildkraven, dels avgifter till GS1 för bildgodkännande och produktlistning. Detta innebär enligt leverantören att tillträde till marknaden indirekt fördyras och kan fungera som en handelsbarriär, som är oförenlig med konkurrensrätten och FEUF artikel 102.

³³ Dnr 644/2025.

³⁴ Dnr 711/2025.

Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.³⁵

4.2 Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har till uppgift bl.a. att överpröva Systembolagets beslut genom vilka Systembolaget avvisat en offert eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment. Under januari–september 2025 registrerade Alkoholsortimentsnämnden 18 inkomna överklaganden. Beslut fattades i 17 ärenden under perioden.

I två fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella offerten inte var korrekt och fullständigt ifylld. I fyra fall avskrev nämnden överklagandet sedan den klagande återkallat det. I ett fall avslogs överklagandet med motiveringen att det inte framkommit något som tyder på att Systembolaget vid granskningen skulle ha frångått de rutiner som Systembolaget har utarbetat avseende inköpsprocessen för Tillfälligt Sortiment Volym eller att det skulle ha tagits ovidkommande hänsyn eller förekommit andra fel vid granskningen. I tio fall biföll nämnden överklagandena med motiveringen att Systembolaget vid urvalsprocessen har brustit i att objektivt och transparent bedöma produkternas kvalitet.

³⁵ Dnr 803/2025.

5 Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.

5.1 Gårdsförsäljning

Försäljning av starköl, vin, spritdrycker och andra jästa alkoholdrycker (t.ex. cider) direkt från tillverkares försäljningsställe till konsument, allmänt benämnd gårdsförsäljning, har under flera år debatterats och utretts. Debatten har i stor utsträckning rört förenligheten med EU-rätten och särskilt reglerna om detaljhandelsmonopolet. Motståndare till gårdsförsäljning har främst anfört att ett tillåtande av gårdsförsäljning kan hota detaljhandelsmonopolets existens, vilket skulle stå i strid med regeringens intentioner. I direktiven till den utredning som fick i uppdrag att analysera om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker kunde införas, angavs som en av förutsättningarna för uppdraget att Systembolagets monopol skulle säkras.³⁶ Förespråkare för gårdsförsäljning har anfört bl.a. att gårdsförsäljning kan skapa arbetstillfällen, bidra till en levande landsbygd och gynna turistnäringen.

I april 2025 beslutade riksdagen om att tillåta gårdsförsäljning fr.o.m. den 1 juni 2025 under en prövotid om sex år. Reformen ska sedan utvärderas, varefter det ska avgöras om prövotiden ska förlängas, om gårdsförsäljning ska tillåtas permanent eller om reformen ska slopas.

Gårdsförsäljning omfattar företag som årligen producerar högst 75 000 liter spritdrycker, 400 000 liter jästa drycker med upp till 10 procents alkoholhalt (t.ex. öl och cider) och 200 000 liter jästa drycker med en alkoholhalt överstigande 10 procent (t.ex. vin). Den karaktärsgivande delen av tillverkningen ska ske på tillverkningsstället och tillverkare av vin ska dessutom producera vinet av druvor som uteslutande kommer från tillverkarens egna odlingar. Gårdsförsäljningsföretag måste vara juridiskt och ekonomiskt oberoende av andra tillverkare av alkoholdrycker. Försäljning till konsument ska ske på plats, och får endast ske i samband med ett kostnadsbelagt besöksarrangemang. I samband med arrangemanget ska information lämnas om alkoholens skadeverkningar. Försäljning får ske alla veckodagar mellan klockan 10.00 och 20.00. Varje konsument får köpa maximalt 0,7 liter spritdryck och tre liter vardera av vin, starköl och andra jästa drycker vid ett besökstillfälle.

För att få bedriva gårdsförsäljning av alkoholdrycker krävs att man har tillstånd från kommunen. Den kommun som har meddelat tillstånd får ytterligare begränsa under vilka dagar och tider försäljning får ske. Den som får tillstånd ska ha ett egenkontrollprogram för att kontrollera att reglerna för försäljningen följs. Utöver detta ska samma regler gälla som för den som ansöker om serveringstillstånd, dvs. att tillståndshavaren ska vara både ekonomiskt och personligt lämplig, och ha avlagt ett godkänt prov för att visa på tillräckliga kunskaper om alkohollagen och

³⁶ Dir. 2020:118.

anslutande föreskrifter. Innan kommunen meddelar tillstånd ska ett yttrande från Polismyndigheten tas in. Ett tillstånd för gårdsförsäljning ska gälla för en viss tid.

Enligt statistik från Folkhälsomyndigheten³⁷ har 132 aktörer beviljats tillstånd att bedriva gårdsförsäljning.³⁸ Linköping är den kommun med flest godkända gårdsförsäljare, totalt sex stycken, tätt följd av Gotland och Simrishamn med fem vardera. Skåne är det landskap som har flest aktörer inom gårdsförsäljning, totalt 27 stycken. Storstadskommunerna Malmö och Göteborg har en gårdsförsäljare vardera medan det i Stockholms kommun finns tre stycken.

Reaktionerna bland svenska vinproducenter, ölbryggerier och cidertillverkare på tillåtandet av gårdsförsäljning har enligt uppgifter i media varit blandade. Vissa är överlag positiva och uppskattar att kunna möta sina kunder och dela med sig av sin passion för hantverket. Andra anser att kraven för att få tillstånd är alltför omfattande, att regelverket är krångligt och kostnaderna för höga vilket sammantaget gör att det kan vara svårt att få lönsamhet i gårdsförsäljningsverksamheten.

Vid en jämförelse över tid samt mellan kommuner och sortiment kan Systembolaget inte se några förändringar i sin försäljning som kan kopplas till gårdsförsäljning av alkoholdrycker. Genomgångar av både Systembolagets försäljning för enskilda producenter med gårdsförsäljning och av TSLS-försäljning i kommuner med en större andel producenter med gårdsförsäljning sedan 1 juni 2025 visar heller inget entydigt samband mellan Systembolagets försäljning och förekomsten av gårdsförsäljning. De förändringar som syns på aggregerad nivå får enligt Systembolaget i stället antas bero på allmänna faktorer, såsom kunders intresse för hantverksmässigt tillverkade produkter, den ekonomiska situationen, väderförhållanden under sommaren och andelen konsumenter som semesterar i Sverige.

Inom ramen för sitt uppdrag att övervaka detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt, fortsätter Konkurrensverket att bevaka utvecklingen vad gäller gårdsförsäljning.

5.2 Privat e-handel

EU-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet 2007 ledde till att vissa ändringar gjordes i den dåvarande svenska alkohollagen. Den 1 juli 2008 klargjordes i nämnda lag att det är tillåtet för privatpersoner i Sverige som fyllt 20 år att köpa alkoholdrycker från ett annat land inom EES-området och föra in dessa till Sverige "genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand" om dryckerna är avsedda för dennes eller dennes familjs personliga bruk.³⁹

³⁷ Den 11 november 2025.

³⁸ Listan bygger på uppgifter som kommunerna rapporterat in, och Folkhälsomyndigheten kan därför inte garantera att uppgifterna är helt uppdaterade.

³⁹ Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

Det finns en rad företag i Sverige som erbjuder konsumenter i Sverige att beställa alkoholdrycker via internet och få dessa levererade hem eller till olika utlämningsställen. Regelverket kring sådan privat e-handel har under en längre tid ansetts svårtolkat, och rättsläget därmed något oklart, trots olika utredningar som gjorts.⁴⁰

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen utförligt redogjort för Systembolagets domstolstvister med e-handelsföretaget Winefinder AB och dess danska dotterbolag Winefinder ApS (tillsammans "Winefinder"), samt det danska e-handelsföretaget Vivino ApS ("Vivino") som är ett dotterbolag till det amerikanska bolaget Vivino Inc.⁴¹ Winefinder och Vivino erbjuder privatpersoner i Sverige att beställa vin och öl via internet och få det levererat till sin hemadress. I en dom sommaren 2022,⁴² vilken fastställdes av Högsta domstolen sommaren 2023,⁴³ slog Patent- och marknadsöverdomstolen fast att Winefinders försäljning online med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige inte stred mot alkohollagen, vilket Systembolaget hade hävdad.⁴⁴

Ett betänkande från en statlig utredning innefattar förslag om ändringar i alkohollagen, rörande privat e-handel.⁴⁵ I betänkandet har föreslagits att det ska vara förbjudet att i kommersiellt syfte främja detaljhandel med alkoholdrycker, och införsel av dessa drycker och alkoholdrycksliknande preparat, som görs av en enskild person för dennes eller dennes familjs personliga bruk genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand från ett annat EES-land. Konkurrensverket har yttrat sig över betänkandet och anfört att det behöver utredas ytterligare om ett sådant främjandeförbud riskerar att leda till att inhemska producenter diskrimineras och får konkurrensnackdelar gentemot utländska alkoholdrycksproducenter.⁴⁶

5.3 Sänkt alkoholskatt – öl från småbryggerier

I februari 2025 röstade riksdagen ja till förslaget om sänkt alkoholskatt för öl från små oberoende bryggerier. Lagändringarna trädde i kraft den 1 juli 2025. För att öl från en producent ska omfattas av den nedsatta alkoholskatten får årsproduktionen som mest uppgå till tre miljoner liter öl per år. Vid bedömningen av årsproduktionen är det föregående kalenderårs produktion av den aktuella drycken som tas i beaktning. För att omfattas av nedsättningen måste producenten vara juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra ölproducenter, och tillverkningen av drycken får

⁴⁰ "Privat införsel av alkoholdrycker – tydligare regler i konsekvens med svensk alkoholpolitik", betänkande av Alkoholleveransutredningen (SOU 2014:58). Konkurrensverket redogjorde detaljerat för betänkandet i sin rapport i december 2014. Departementspromemorian "Reglering av distanshandel med alkoholdrycker" (Ds 2016:33).

⁴¹ Se Konkurrensverkets rapport i juni 2023, s. 29–33, och Konkurrensverkets rapport i december 2023, s. 33–35.

⁴² Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål nr PMT 13055-20.

⁴³ Högsta domstolens dom 2023-07-07 i mål nr T 4709-22.

⁴⁴ Efter domen i Högsta domstolen återkallade Systembolaget sin talan mot Vivino eftersom den centrala rättsfrågan var densamma i de båda fallen.

⁴⁵ Betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

⁴⁶ Dnr 355/2024. Yttrande över betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

inte ske på licens. Lokalerna som producenten använder måste vara fysiskt skilda från andra ölproducenter. I de fall där två eller flera småbryggerier samarbetar, räknas de som ett enda oberoende småbryggeri förutsatt att deras totala årsproduktion inte överstiger tre miljoner liter öl per år. De producenter som omfattas av nedsättning av alkoholskatten delas in i fem olika kategorier utifrån årsproduktionen. Kategorierna och skattenedsättningen ser ut enligt följande:

- 50 procent i skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion om 500 000 liter eller mindre.
- 40 procent i skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 500 000 liter men inte uppgår till mer än 750 000 liter.
- 30 procent i skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 750 000 liter men inte uppgår till mer än 1 000 000 liter.
- 20 procent skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 1 000 000 liter men inte uppgår till mer än 2 000 000 liter.
- 10 procent skattenedsättning på öl som tillverkats av producenter med en årsproduktion som överstiger 2 000 000 liter men inte uppgår till mer än 3 000 000 liter.

Konkurrensverket har tidigare yttrat sig över en promemoria från Finansdepartementet rörande förslaget om alkoholskattesänkningen.⁴⁷ I promemorian gjordes bedömningen att sänkningen inte nämnvärt snedvrider konkurrensen eftersom de ölbryggerier vars drycker får sänkt alkoholskatt utgör en mycket liten andel av marknaden samtidigt som deras öl, även vid fullt prisgenomslag av skattesänkningen, är betydligt dyrare än annat öl. Enligt promemorian bedöms förslaget inte heller nämnvärt påverka totalkonsumtionen av alkohol och därmed inte folkhälsan. Konkurrensverket hade inga invändningar mot förslagen i promemorian.

⁴⁷ Fi2024/01482. Konkurrensverkets ärende dnr 520/2024.

5.4 Sänkt alkoholskatt – alkoholvaror från oberoende småproducenter

I en promemoria från Finansdepartementet⁴⁸ finns förslag om nedsatt alkoholskatt för andra alkoholvaror än öl, från oberoende småproducenter. Det föreslås att nedsättningen ska omfatta alkoholvaror tillverkade av producenter vars årsproduktion uppgår till som mest 100 000 liter vin, 1,5 miljoner liter andra jästa drycker, 25 000 liter mellanklassprodukter eller 1 000 liter ren alkohol för etylalkohol.

Producenterna som omfattas av nedsättning föreslås delas in i fem olika kategorier utifrån sin årsproduktion. Alkoholvaror från producenter i kategorin med lägst produktion föreslås få en skattenedsättning med 50 procent. Nedsättningen minskar sedan stegvis med 10 procentenheter per kategori. Nedsättningen föreslås enbart gälla alkoholvaror från producenter som är juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra producenter av samma kategori alkoholvaror och dessutom inte tillverkar på licens.

För andra alkoholvaror än etylalkohol krävs även att producenten måste använda lokaler som är fysiskt skilda från andra producenter av samma kategori alkoholvaror. Om två eller fler småproducenter av någon annan alkoholvara än etylalkohol samarbetar räknas de som en oberoende liten producent, så länge inte deras totala produktion överstiger maxnivåerna. Nedsättningen gäller inte om beskattningsmyndigheten visar att tillverkningen har skett i strid med lagstiftningen i det land där tillverkningen skedde.

För andra jästa drycker gäller nedsättningen endast drycker som har framställts genom jäsning av frukter, bär, grönsaker, honung löst i vatten, eller genom jäsning av färsk eller koncentrerad juice som framställts av de ovan nämnda varorna. Vid produktionen får alkohol tillsättas endast i sådan dos som är absolut nödvändig för att späda ut eller upplösa aromer. Tillsatsen av alkohol får inte medföra att alkoholhalten ökar med mer än 1,2 volymprocent eller att produktens karaktär avsevärt förändras.

Ändringarna föreslås träda i kraft den 1 juli 2026. Konkurrensverket har i yttrande över promemorian framfört att verket inte har några invändningar.

5.5 Avskaffande av krav på matservering och eget kök vid servering av alkohol

Förenklingsrådet föreslår en ändring i alkohollagen som innebär att kravet på att serveringsställen måste ha ett eget kök i anslutning till serveringslokalen, samt tillhandahålla lagad eller på annat sätt tillredd mat, slopas.⁴⁹ Även kravet att serveringsställen ska erbjuda ett utifrån storleken på serveringsstället lämpligt antal

⁴⁸ Fi2025/02074. Konkurrensverkets ärende dnr 896/2025.

⁴⁹ FR 2025-17 (Tillväxtverket). Konkurrensverkets ärende dnr 816/2025.

sittplatser för matservering föreslås slopas. Förenklingsrådet föreslår vidare att kravet att ha ett eget kök för tillredning av mat vid cateringverksamhet tas bort, samt att vissa förtydliganden görs avseende lokalbegreppet i alkohollagen.

I övrigt föreslår Förenklingsrådet inte några ändringar eller lättnader i alkohollagen vad gäller grundförutsättningarna för att beviljas ett serveringstillstånd till allmänheten. Kraven på att den sökande ska vara minst 20 år, vara personligt och ekonomiskt lämplig samt ha tillräckliga kunskaper om alkohollagen ska kvarstå. Vidare ska serveringsställen fortsatt säkerställa att alkoholkonsumtion kan ske under ordnade former och med god överblickbarhet och kontroll. Dessa krav gäller all servering, även på inrättningar som har en tydligare inriktning mot dryckesservering.

De föreslagna ändringarna i alkohollagen föreslås träda i kraft den 1 juli 2026. Konkurrensverket har i yttrande över förslagen framfört att verket inte har några synpunkter.

6 Alkoholkonsumtionen i Sverige

6.1 CAN:s rapportering

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) har sedan 2013 i uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige inom ramen för de s.k. Monitormätningarna. Kartläggningen bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över *registrerad* alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger och folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av *oregistrerad* alkoholförsäljning (privatinförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning och e-handel utanför Systembolaget).

Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av frågeundersökningar riktade till ett representativt urval av befolkningen mellan 17 och 84 år. Dessa personer blir intervjuade per telefon om sina alkoholinköp de senaste 30 dagarna. Som ett komplement erbjuds respondenter med mobiltelefon att besvara frågorna via ett digitalt formulär. Totalt omfattar CAN:s frågeundersökningar cirka 18 000 personer per år.

6.1.1 Den totala alkoholkonsumtionen⁵⁰

Under 2024 konsumerades, enligt siffror från CAN, i genomsnitt 8,4 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det var en minskning med 2,2 procent jämfört med 2023. Jämfört med 2019 var det en minskning med 6,5 procent. Den registrerade delen av försäljningen uppgick till ungefär 87 procent av den totala konsumtionen 2024, vilket kan jämföras med cirka 86 procent 2023. Systembolagets andel av den totala konsumtionen av alkoholdrycker 2024 uppgick till cirka 72 procent, vilket kan jämföras med cirka 71 procent 2023. År 2019 var Systembolagets andel cirka 65 procent. Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige under åren 2022, 2023 och 2024 fördelades enligt CAN på olika kanaler enligt följande.⁵¹

Försäljningskanal	Andel 2022	Andel 2023	Andel 2024
Systembolaget	70%	71%	72%
Restauranger	11%	11%	11%
Folköl	4%	4%	4%
Resandeförsel	8%	7%	7%
Köp av smugglad alkohol	2%	2%	2%
Hemtillverkning	3%	3%	2%
Internet	2%	2%	1%
SUMMA	100%	100%	100%

⁵⁰ Källa: "Alkoholkonsumtionen i Sverige 2021–2024", CAN rapport 236 (oktober 2025).

⁵¹ Uppgifterna är baserade på konsumtion omräknad till liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.

6.1.2 E-handeln med alkoholdrycker

Mätningar av e-handeln med alkoholdrycker har gjorts sedan 2006. CAN:s beräkningar ger vid handen att e-handels volym (räknad i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre) respektive andel av den totala alkoholkonsumtionen sett ut enligt följande de tio senaste åren.⁵²

År	2015	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Volym	0,10	0,12	0,12	0,11	0,11	0,16	0,20	0,17	0,17	0,10
Andel	1,4%	1,1%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	2,0%	2,2%	2,0%	1,0%

Källa: CAN.⁵³

⁵² Vissa siffror skiljer sig något från siffror i Konkurrensverkets tidigare rapporter till kommissionen. Detta beror på ändrade mätmetoder hos CAN jämfört med hos SoRAD, som tidigare utförde mätningarna, och även på ny metodik hos CAN.

⁵³ Källa: "Alkoholkonsumtionen 2024 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna" (CAN, mars 2025). I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra aktörer än Systembolaget.



Ringvägen 100
118 60 Stockholm
08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se